

Qué inoportuno, el pasado

En asuntos de piel de la opinión pública, si existe la posibilidad de que alguien se ofenda, es como si hubiese existido ya



Varias personas pasean frente a una tienda de Zara en Barcelona.

ALBERT GEA (REUTERS)



MANUEL JABOIS

13 DIC 2023 - 05:00 CET



Hace unos días, Zara publicó las imágenes de una campaña en las que se veían las habituales postales inverosímiles de una modelo (sigan en redes [la cuenta Modelos con Ciática @MCiática](#)) mostrando una colección nueva de la firma. La sesión fue realizada en septiembre en el estudio de un escultor,

por lo que se pueden ver materiales de embalaje, maderas, ayudantes con petos y demás: lo que viene siendo un taller. En ese escenario, elegido como homenaje a la sastrería antigua, se ve a la modelo posando, por ejemplo, con un objeto largo envuelto en papel blanco al hombro que podía tratarse desde un perchero a una balda; lo que sería raro pensar es que la modelo sostiene el cadáver de un palestino. Pero se ha pensado.

Un mes después de esa sesión, el 7 de octubre, [los terroristas de Hamás atacaron Israel](#) e Israel atacó (sigue atacando) Gaza. [Las imágenes de la campaña de Zara recién publicadas tenían ya para mucha gente un significado distinto](#) (burlas a los entierros palestinos, imágenes parodiando las ruinas de sus ciudades convertidas en escombros, frivolidad, provocación) que el que hubieran tenido en otro contexto. La pregunta es: ¿qué contexto? O, ¿hasta dónde llega el contexto? Hay otra aún más inquietante: ¿qué ha pasado en el mundo para que mucha gente se crea que una empresa cree buena idea vender sus prendas imitando entierros de víctimas de crímenes de guerra?

El debate es impresionante por muchas razones, entre ellas esta: ante la amenaza de boicot de los internautas, Inditex ha pedido disculpas “por el malentendido” y retirado las fotos. Lo ha hecho sabiendo que no es culpable. No es nuevo. En España, [Movistar+ pidió perdón porque fue víctima de un bulo](#). Un colaborador de *La Resistencia* hizo una broma sobre colegios y modelos educativos; días después una niña murió atropellada en la puerta de un colegio y empezó a circular rápidamente, Vox mediante, un montaje que situaba el *gag* realizado a propósito de esa muerte. Movistar+ lamentó “profundamente” el tratamiento “de un asunto que ha herido extraordinariamente la sensibilidad de numerosas personas”. Y mostró “su pesar”. [Esto, la víctima del bulo](#). Cuanto más grande es la compañía, con más celeridad se ofrecen disculpas que no se tienen que pedir; en el caso de Zara, seguramente porque el gasto de la campaña es irrelevante si se compara con un boicoteo en sus tiendas árabes. Da igual la verdad: si la mentira amenaza con funcionar, no nos defendemos, nos retiramos.

Hace años, en Colombia, un escritor alabó con entusiasmo a otro que, antes de la emisión de la entrevista, fue acusado por varias mujeres de ser víctimas suyas de abusos sexuales. Tanto el medio de comunicación como el autor coincidieron en eliminar ese pasaje: una vez conocidas y detalladas las acusaciones, el entusiasmo del escritor podría interpretarse como un respaldo a su figura. ¿Imaginan el titular con sus elogios dos días después

de las denuncias?

En los grises está lo interesante. Y el futuro a menudo condiciona el pasado, inculpando o exculpando, sin razón o con ella; mueve el marco de manera estrepitosa. ¿Hasta qué punto nuestras acciones pueden ser juzgadas en base a aquello que no conocemos, pero conoceremos? ¿Por qué es responsable Zara no solo de algo que no sabía, sino de que eso que no sabía iba a interpretarse así? ¡Qué inoportuno, el pasado! El formidable poder del condicional: en asuntos de piel de la opinión pública, si existe la posibilidad, es como si hubiese existido ya.