

Marc-Uwe Kling

QUALITYLAND

colección andanzas



TUSQUETS
EDITORES

MARC-UWE KLING
QUALITYLAND

Traducido del alemán por Carles Andreu

TUSQUETS
EDITORES

Título original: *QualityLand*

1.ª edición: marzo de 2020

© Marc-Uwe Kling, 2017. Publicado por acuerdo con Literarische Agentur Mertin Inh. Nicole Witt e. K., Frankfurt del Meno, Alemania

© de la traducción: Carles Andreu Saburit, 2020
Diseño de la colección: Guillemot-Navares
Reservados todos los derechos de esta edición para
Tusquets Editores, S.A. – Av. Diagonal, 662-664 – 08034 Barcelona
www.tusquetseditores.com
ISBN: 978-84-9066-800-9
Depósito legal: B. 2.919-2020
Fotocomposición: Moelmo
Impresión y encuadernación: Black Print
Impreso en España

El papel utilizado para la impresión de este libro está calificado como papel ecológico y procede de bosques gestionados de manera sostenible.

Queda rigurosamente prohibida cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación total o parcial de esta obra sin el permiso escrito de los titulares de los derechos de explotación.

UN BESO

Peter Sinempleo ya ha tenido suficiente.

—Nadie —dice.

—Dígame, Peter —pregunta Nadie.

—No tengo más hambre.

—De acuerdo —dice Nadie.

Nadie es el asistente digital personal de Peter. Fue el propio Peter quien le puso ese nombre, pues a menudo tiene la sensación de que Nadie piensa en él. Nadie lo ayuda. Nadie lo escucha. Nadie habla con él. Nadie lo mira. Nadie toma decisiones por él. A veces, Peter imagina incluso que Nadie lo quiere. Peter es un WINNER, ya que Nadie es un Asistente WIN. WIN, abreviación de «What I Need», fue en su día un motor de búsqueda al que había que preguntarle las cosas usando pesadas instrucciones de voz, y, antes de eso, incluso usando un teclado. En el fondo, WIN sigue siendo un motor de búsqueda, pero ya no hace falta preguntarle nada. WIN sabe lo que uno quiere saber. Peter ya no tiene que tomarse la moles-

tia de buscar información relevante: ahora es la información relevante la que se toma la molestia de buscarlo a él.

Nadie ha elegido el restaurante en el que Peter come con sus amigos a partir de una estimación de las preferencias del propio Peter y sus amigos. Nadie ha elegido también la hamburguesa más apropiada para Peter: «La mejor hamburguesa de carne reciclada de QualityCity», pone en las servilletas. Aun así, a Peter no le ha gustado. Tal vez porque la elección del restaurante se ha basado no solo en sus gustos, sino también en el estado de su cuenta corriente.

—Se ha hecho tarde —les dice a sus amigos—. Me marcho, tíos.

Un gruñido indefinido es lo único que recibe como respuesta.

A Peter le gustan sus amigos. Nadie los ha encontrado por él. Pero a veces, estando con ellos y sin motivo aparente, se pone de mal humor. Peter aparta el plato, en el que todavía queda más de la mitad de su hamburguesa reciclada, y se pone la chaqueta. Nadie pide la cuenta. Se la entregan enseguida. El camarero, como en la mayoría de los restaurantes, no es un androide sino un ser humano. Hoy en día, las máquinas son capaces de hacer muchísimas cosas, pero todavía no han aprendido a llevar una taza llena de un punto A a un punto B sin derramar el contenido. Además, los humanos salen más baratos. No suponen ningún coste de suministro ni de mantenimiento. De

hecho, en el sector de la gastronomía ni siquiera perciben salarios: trabajan tan solo a cambio de las propinas. Es imposible conseguir un androide que trabaje a cambio de las propinas.

—¿Cómo desea pagar? —pregunta el camarero.

—TouchKiss —responde Peter.

—Desde luego —dice el camarero, pasando un dedo sobre su QualityPad. El QualityPad de Peter vibra.

Tras su implantación, TouchKiss se impuso de inmediato como medio de pago. Investigadores de QualityCorp, la empresa que te hace la vida mejor, descubrieron que los labios son mucho más difíciles de falsificar que las huellas dactilares. Naturalmente, según los críticos no se trata de eso, sino de que QualityCorp pretende establecer una conexión emocional más estrecha entre el cliente y sus productos. Aunque si ese era el objetivo, por lo menos con Peter no ha funcionado: sin ninguna pasión da un beso en la pantalla de su QualityPad. Acto seguido, y con un segundo beso, deja la propina habitual del treinta y dos por ciento. Tras ocho segundos de inactividad, el QualityPad pasa a *stand-by* y la pantalla se apaga. El oscuro reflejo de Peter en la pantalla le devuelve una mirada estúpida. Tez pálida, rostro vulgar... No es que sea feo, simplemente es vulgar. Tan vulgar que a veces Peter tiene la sensación de confundirse a sí mismo con otra persona. Entonces, como le sucede ahora, cree que un extraño lo observa desde la pantalla.

Un vehículo autónomo lo espera ya ante la puerta. Nadie lo ha llamado.

—Hola, Peter —dice el coche—. ¿Desea ir a casa?

—Sí —responde Peter y sube.

El coche se pone en marcha sin pedirle ni la dirección ni qué ruta prefiere. Ya se conocen. O, por lo menos, el coche conoce a Peter. El nombre del coche está visible en una pantalla: se llama Carl.

—Hace buen tiempo, ¿no? —pregunta Carl.

—Cháchara *off* —indica Peter.

—En ese caso, permítame ofrecerle para su disfrute los grandes éxitos de rock melódico de todos los tiempos —responde el coche, y pone la música.

Peter lleva veintidós años escuchando rock melódico. Toda la vida.

—Apágalo, por favor —pide.

—No hay cosa que me apetezca más —dice el coche—. Debo confesarle que este rollo no me va mucho.

—¿Ah, no? —pregunta Peter—. ¿Y qué te gusta?

—Pues..., cuando circulo sin nadie, escucho sobre todo industrial —dice el coche.

—A ver, ponme algo.

La «canción» que sale por los altavoces encaja perfectamente con el mal humor de Peter.

—La música está bien —le comenta a Carl al cabo de un rato—, pero ¿podrías dejar de tararear?

—Ay, sí, claro —dice el coche—. Disculpe, me he dejado llevar por el ritmo.

Peter se estira. El coche es amplio y cómodo. Peter está abonado a una tarifa plana de movilidad para una clase de vehículo que en realidad no puede permitirse. Hoy, uno de sus amigos se ha burlado de él y le ha dicho que está pasando la crisis de los veinte. ¡Ni que se hubiera comprado un coche! Solo los superricos, los vulgares y los macarras tienen coche propio. El resto recurre a la inmensa flota de vehículos autónomos de las empresas de servicios de movilidad. «Lo mejor de los coches autónomos», decía siempre el padre de Peter, «es que ya no hay que buscar aparcamiento.» En cuanto uno llega a su destino, no tiene más que apearse. A continuación, el coche sigue circulando y hace lo que sea que hacen los coches cuando sienten que nadie los mira, seguramente emborracharse por ahí.

De repente, Carl da un frenazo. Se han detenido junto a la acera, cerca de un cruce importante.

—Lo lamento —dice el coche—, pero según las nuevas directrices de la aseguradora, su barrio es demasiado peligroso para los vehículos autónomos de mi calidad. Entenderá que debo pedirle que se baje.

—¿Eh? —pregunta Peter con suma elocuencia.

—No le estoy contando nada que no sepa ya —dice Carl—. Hace 51,2 minutos que ha recibido los nuevos términos y condiciones de la tarifa plana de movilidad. ¿Acaso no ha leído el contrato?

Peter no responde.

—Porque aceptarlo sí lo ha aceptado —añade el coche—. En todo caso, le alegrará saber que, para su comodidad, he elegido un punto fronterizo desde donde, teniendo en cuenta su velocidad media andando, se encuentra a tan solo 25,6 minutos de su casa.

—Genial —dice Peter—. De verdad, genial.

—¿Lo ha dicho con ironía? —pregunta el coche—. Debo admitir que últimamente el detector de ironías vuelve a darme problemas.

—No me digas.

—Eso también era irónico, ¿verdad? —pregunta el coche—. En ese caso, su satisfacción no ha sido auténtica, ¿no? ¿No le apetece caminar? Si lo desea, puedo pedirle un coche de menor calidad, adecuado a la nueva calificación de su barrio. Podría disponer de un coche de esas características en 6,4 minutos.

—¿Y por qué han cambiado la calificación?

—¿No se ha enterado? —pregunta Carl—. Los ataques contra vehículos autónomos se han disparado en su zona. Bandas de jóvenes sin trabajo se divierten hackeando el sistema de navegación de mis colegas. Les destrozan el chip de localización y les borran el sentido de la orientación. Es horrible. Los pobres diablos se pasan día y noche vagando por las calles sin rumbo ni orientación, como coches zombi. Y si por un casual los encuentran, la ley de protección del consumo estipula que deben ir al desguace. Un destino

terrible. Imagino que ya sabrá que la nueva ley de protección del consumo prohíbe estrictamente las reparaciones.

—Estoy al tanto, sí. Tengo una pequeña prensa para chatarra.

—Oh —dice el coche.

—Sí, oh —responde Peter.

—En ese caso, desde luego, comprenderá mi situación...

Peter abre la puerta sin decir nada.

—Cuando lo desee, puede darme su valoración —dice el coche.

Peter se apea y cierra la puerta. El coche se pasa un rato protestando porque todavía no lo ha valorado, pero finalmente se rinde y se marcha a recoger al siguiente cliente.

Nadie guía a Peter por el camino más corto a casa, un establecimiento pequeño y sucio que vende productos usados y cuenta, además, con una prensa para chatarra, donde no solo trabaja, sino que también vive. Se hizo cargo del negocio de su abuelo hace dos años y desde entonces apenas le da para pagar el alquiler. De pronto, cuando le quedan tan solo 819,2 metros para llegar a casa, Nadie dice:

—Cuidado, Peter. En el siguiente cruce hay cuatro jóvenes con antecedentes por actos violentos. Le recomiendo dar un pequeño rodeo.

—A lo mejor han montado un puestecito y venden limonada casera —dice Peter.

—Es bastante improbable —dice Nadie—. La probabilidad de que así sea es de...

—Vale, vale —lo corta Peter—. Llévame por ese otro camino.

Justo en el momento preciso en que Peter entra en casa, llega un dron de reparto de TheShop. Hace ya tiempo que este tipo de coincidencias dejaron de sorprenderlo. Porque no son coincidencias. Las coincidencias ya no existen.

—Hola, Peter Sinempleo —lo saluda el dron en tono jovial—. Me envía TheShop, la empresa de venta *online* líder en todo el mundo, y le traigo una sorpresita.

Peter coge el paquete con un gruñido. No lo ha pedido. Desde que existe OneKiss ya no hace falta. OneKiss es un servicio *prémium* de TheShop y el proyecto estrella del legendario fundador de la empresa, Henryk Ingeniero. Basta un beso en el QualityPad para darse de alta en OneKiss y empezar a recibir todos los productos que, de forma consciente o inconsciente, uno desea, sin necesidad de pedirlos. De forma autónoma, el sistema determina lo que cada cliente quiere y cuándo lo quiere. De hecho, el primer eslogan de TheShop fue: «Sabemos lo que quieres». En la actualidad ya nadie lo discute.

—Abra el paquete —sugiere el dron—. Presenciar la felicidad de mis clientes me produce un placer enor-

me. Si lo desea, puedo hacer un vídeo del *unboxing* y colgarlo en su página personal de Everybody.

—No te molestes —dice Peter.

—Oh, no es ninguna molestia —responde el dron—. De todas maneras lo grabo todo.

Peter abre el paquete. Dentro hay un QualityPad nuevo. El modelo del trimestre actual. Peter no habría dicho nunca que deseaba un nuevo QualityPad. De hecho, el que usa es el modelo del trimestre anterior. Debe de tratarse de un deseo inconsciente. Sin emoción alguna, extrae el QualityPad de la caja. La nueva generación pesa sensiblemente más que la anterior: con demasiada frecuencia, los antiguos modelos salían volando con el viento. Pensando en el vídeo del *unboxing*, Peter se obliga a sonreír y levanta el pulgar para la cámara. Si alguno de sus amigos viera el vídeo, repararía sin duda en la turbadora expresión de su rostro. Pero a sus amigos no les interesan los vídeos de *unboxing*. A nadie mínimamente razonable le interesan los vídeos de *unboxing*. Peter besa la pantalla de su nuevo QualityPad. Nadie lo saluda de forma efusiva y, al cabo de un instante, Peter ya tiene acceso a todos sus datos. Entonces arruga su viejo QualityPad y lo arroja a un cubo de la basura que, de forma nada casual, aguarda cerca. El cubo le da las gracias y cruza la calle hacia una muchacha gordita que está desenvolviendo una chocolatina. Los coches autónomos frenan lo imprescindible para dejar pasar al cubo. Peter lo sigue con la mirada, ausente.

La pantalla táctil del dron de reparto se ilumina.

—Cuando lo desee, puede darme su valoración —dice.

Peter suspira. Le da diez estrellas, consciente de que cualquier valoración inferior conllevaría inevitablemente una encuesta de satisfacción del cliente en la que debería explicar por qué no está del todo satisfecho. El dron zumba contento, visiblemente feliz por la valoración.

—La buena obra del día —murmura Peter.

—Ah, por cierto —pregunta el dron—. ¿Podría dejarle dos paquetitos para su vecino?

—Hay cosas que nunca cambian.

ANUNCIO DE ALIMENTOS COCINERO S.A.

¿Has probado ya las AzuSaGra?

*¿Cómo? ¿Que aún no sabes lo que son las Azu-
SaGra?*

Las *AzuSaGra* son barritas prensadas de forma industrial y elaboradas con los mejores productos que la industria alimenticia puede ofrecer: *¡azúcar, sal y grasa!* Suena perverso, pero están de muerte.

He aquí la ley de pureza de las *AzuSaGra*:

- 1/3 de *AZÚcar*
- 1/3 de *SAL*
- 1/3 de *GRASA*

Y ahora, también, *AzuSaGra bío*. Para los que quieren cuidar su alimentación.

ATENCIÓN: LAS AZUSAGRA PUEDEN PROVOCAR UNA MUERTE LENTA Y DOLOROSA. PERO ¿Y LO RICAS QUE ESTÁN?