

El belén montado, quisquillas a cien y chorizos king size

¡Bueno, pues el belén prácticamente ya está montado!



Empieza el “belén” cuando loterías nacionales se inventa el spot anunciador de lo bello que es vivir y ganar el dinero a golpe de suerte, gente guapa, mariposas volando y chispitas burbujeantes. Casi al mismo tiempo salen como los pepinos, de un día para otro, los enormes expositores de los centros comerciales llenos de polvorones y mantecados. Si nuestro inefable *Raphael* no da la tabarra con el *Tamborilero* ya se encarga *André Rieu* que es mucho más joven y viene dispuesto a quedarse durante unos cuantos belenes –dicen que hasta pasado el medio siglo– entonando violín en ristre su “tamborilero”. Los americanos que no dan puntada sin hilo, ajenos a lo amargo que es la cuesta de enero, insolidarios ellos tras una agotadora Navidad se inventan lo del Black Friday.

- Colega ¿y eso del *bláfridai* que es...?
- Mira tío... –responde reflexivo y didáctico–eso es como un enorme sándwich al que te dispones a devorar sin sospechar que lo normal es que ocurra al revés. La parte superior es el *bláfridai* y la inferior, las rebajas de enero. En su interior hay un montón de días llenos de abundancia, gula –no pienses en el marisco, aunque también–, glotonería, excesos mundanos. Durante esos días los insaciables consumidores gastarán a calzón quitado ajenos al belén que nos han montado. Ni por el forro sospechan que detrás no hay ningún belén salvo el de la sociedad de consumo que te abduce en cuerpo, alma, bolsillo y mente.
- ¿Exageras...? –pregunta espantado el conversador primero.
- En absoluto–responde el segundo–. Y si no mira a como están las *gulas*, las *quisquillas*... a 900 y 100 euros respectivamente.
- ¿El kilo, o la unidad?
- El *puñao*.

Sigue la conversación por ese camino lleno de argumentos. El conversador número dos, más concienciado, le explica al otro que él ha encontrado un carnicero de los que mata cerdos de cuatro patas que hace unos embutidos tamaño *king size*. Sorprendido, el número uno le interroga por los detalles.

- Mira tío, el paisano hace unos chorizos, dulces o picantes, que son tan largos como una serpiente pitón y un poco más finos. Y que las morcillas –y aunque sea malo señalar– son tan gordas como los del caballo de Espartero. Y no me preguntes más.



La conversación se anima e interviene un tercer conversador que cuenta su experiencia personal en esto del consumo, sobre las compras *online*.

Les cuenta ya con parsimonia y doctamente, que compró por internet nada menos que una chaqueta. Ya fue un problema descifrar los códigos de las tallas, darse de alta para comprar, explicar que uno es un hombre que vive en medio del campo, que incluso vive en

un camino sin nombre, todo para ejemplificar que es algo troglodita.... Todo fue bien al principio, como cuando inicias los primeros contactos con la moza que te encandiló allá en la mocedad. Prometieron en falso, pues dijeron que la prenda llegaría tal día... Pero no llegó, salvo el principio del calvario del intercambio de notas con una persona que se mueve mal en mi idioma y que no cumple con lo que dice. La empresa es super multinacional, si es que existen empresas que cumplan con esa definición. Muy grande, inmensa, venden de todo. Hasta chaquetas –ese fue mi pecado–, finalmente me devolvieron el dinero. Mi banco, – no “el mío”, sino donde guardo la guita o guitilla y pago recibos– paño de lágrimas, abusador a veces de su poder para sacarme lo que puede, no pude por menos –en un arranque de debilidad– que confesarle mi fidelidad a los sistemas tradicionales, que no es otro que el de verle el careto al que te engaña, al que no cumple con lo pactado. Pero como esto lleva camino de que hasta las cervezas nos las tomaremos *online* –¡qué palabra más bonita!– nos quedará el recurso último del pataleo, pero solo antes de estirla.

Luis Martínez Reche

La Torrecilla 17 de diciembre de 2017