

Espíritu de geometría (y III)

(...) Nuestros indefectibles amigos los cronistas del deporte han lanzado no hace mucho otro en verdad útil: cuando, por ejemplo, un chava de quince años muestra habilidad sobresaliente con el esférico en sus pies, se asegura de él que tiene gran talento y una inmensa proyección. No es que su sombra se alargue por el campo, sino que lleva un carretón: podrá integrarse pronto en esos conjuntos de millonarios que, miércoles tras sábados y domingos, cambian el pantalón largo por el corto, y encienden pasiones por los estadios. Sus bardos -son muchos- prefieren proyección a "futuro" o "porvenir" porque, claro es, tal nombre está más cerca del inglés projection.

Y dentro de ese gremio y de ese espíritu de rudeza -según el diagnóstico de Pascal- figuran entre los geómetras de esparto unos cuantos preciosos ridículos que, cuando un jugador cae, pierde la verticalidad, a no ser que, después de haber sido empujado y tropicado, se quede en pie: entonces no ha perdido la verticalidad. Ni Paravicino en plena hoguera barroca hubiera segregado joya semejante.

Pero hay otra grey, la que envía publicidad por fax -¿para cuándo una ley que, como en otras partes, la prohíba?-, que no conviene perder de vista por lo innovadora. Me faxea una empresa dedicada a adaptar "las nuevas herramientas de marketing al segmento de jóvenes". Hace tiempo que no presenciaba tantas cornadas juntas a la lengua española. Los adolescentes son para tal empresa teens, como en Texas; suman nueve millones y medio, según su cómputo, y constituyen "el target más potente en cuanto a números [sic] y poder de compra". Son ellos quienes definen lo que es cool y lo que es out; de ahí la necesidad de un marketing directo, one-to-one y de cross promotions con tan apetitosos compradores, puesto que, hablando a lo geométrico, constituyen un segmento muy gordo de la población.

Día tras día se informa de cómo, por costas canarias o andaluzas, han sido aprehendidos unos cuantos desventurados a quienes el hambre ha lanzado al mar. Pero, sin necesidad de patera, van penetrando en el lenguaje público mensajes que corroen nuestro idioma, es decir, nuestro ser. Nadie reacciona; Francia hizo un intento de poner frontera al suyo, y algo ha conseguido. Sería un espectáculo interesante ver a nuestros diputados discutiendo un proyecto de ley similar, aunque fuera más tímido.

Fernando Lázaro Carreter fue director de la Real Academia Española.



148
2012

Ningún día sin leer

Ningún día sin pensar