

Spanish

Second prize – Carlos Gancedo

Fuera de mi ambiente, deambulando por Harrods con el pantalón equivocado

Pocas veces me he sentido tan incómodamente alejado de mi ambiente como la semana pasada mientras deambulaba boquiabierto por los áureos salones de Harrods con el pantalón equivocado.

En cuanto franquéé las pesadas puertas metálicas supe que aquel no era mi sitio. Apolíneos varones con bronceados permanentes, vello facial artísticamente esculpido y dientes tan blancos como sus ceñidísimos vaqueros recorrían las salas como si estas les pertenecieran. Algunos estaban tan deslumbrados por su propia espectacularidad que se veían obligados a llevar gafas de sol en el interior del edificio. Ejércitos de mujeres perfectamente maquilladas con aspecto de Kardashians —o eso imagino— cargaban con bolsos de diseñadores tan exclusivos que ni siquiera había oído hablar de ellos.

Nos encaminamos hacia la zona de gastronomía. «No pienso alimentar a mis hijos con buey de Kobe ni caviar ruso», murmuré mientras sorteaba mostradores de grueso mármol que a duras penas aguantaban el peso de los centelleantes cristales de hielo, o una vitrina de carne donde se ofrecía un plato de «pollito, medio pato, chuletitas de cordero y salchicha Merguez» por 100 libras. Los almacenes Harrods tienen una distribución extremadamente confusa, con ascensores que llevan a plantas aleatorias y escaleras que encajarían mejor en un grabado de Escher. Después de varios giros equivocados, que nos hicieron atravesar repetidamente una laberíntica sección de diamantes cuyo personal fingía no vernos, tuve que hacer algo que odio. Tuve que preguntar a alguien por un sitio que no fuera la zona de gastronomía y donde se pudiese comer.

Nos remitieron a los salones de té, y después de más giros equivocados encontramos un ascensor latonado dispuesto a llevarnos hasta allí. Mientras esperábamos una mesa libre tuve motivos de lamentar mi elección de vestuario. La miserable combinación de pantalón corto y camiseta resultaba inapropiada en un sitio en el que hombres encorvados de edad prolecta pasaban con mimo la aspiradora a los sofás de terciopelo rojo mientras personas guapísimas con chalecos perfectamente cortados servían pequeños sándwiches, cortados igual de perfectamente, a comensales aburridos.

Oculté mi pantalón de la vergüenza utilizando mi familia como escudo y nos llevaron a una

Fourteenth St. Jerome Translation Contest

Sponsored by the Conference Management Service of the United Nations Office at Vienna

mesa situada bajo un árbol florido. Me sentí más cómodo cuando llegó otra familia y observé que el único hombre del grupo también llevaba pantalón corto. Pero mi comodidad se transformó en más vergüenza cuando me di cuenta de que eran compatriotas míos: «¿Qué pensarán todos estos señores, con sus vaqueros blancos ajustados, sus mocasines de Armani y sus tobillos no oprimidos por calcetines, de estos pobres irlandeses que ni siquiera pueden permitirse perneras para sus pantalones?».

Después de comer exploramos la sección de ropa infantil, pisando suelos cubiertos por moquetas más gruesas y ricas que miembros menores de la realeza. Los precios me horrorizaron, divertieron, deprimieron y escandalizaron en distintos grados. Miraba a mi preciosa bebida con sus mallas de Primark y su camiseta de Marks and Spencer cubiertas de babas y restos de comida y me preguntaba si mi vida era un fracaso por no poder permitirme un pelele de cachemira lavable exclusivamente a mano para cubrir su piel perfecta.

Después sentí indignación. Para gran mortificación de mi familia, me acerqué decidido a una vendedora y le pregunté quién en su sano juicio pagaría 300 libras por un mono para bebé. Claramente, esto la sorprendió con la guardia baja; pero, en lugar de avisar a seguridad, sonrió.

«Uy, se sorprendería usted. Sí que hay un mercado para estas cosas. Y la calidad es realmente buena, y... Bueno, la verdad es que tiene usted razón. Simplemente, pagan por una marca porque pueden».

Adaptado de un artículo de Conor Pope publicado en The Irish Times el 29 de agosto de 2018