

Spanish
Student winner – Julia Pozuelo Menéndez

Fuera de mi zona de confort, vagando por Harrods con el pantalón equivocado

Pocas veces me he sentido tan lejos de mi zona de confort como la semana pasada, cuando me encontré vagando boquiabierto por los dorados pasillos de Harrods con el pantalón equivocado.

En cuanto atravesé las pesadas puertas de metal supe que aquel no era mi sitio. Hombres atractivos y permanentemente bronceados, con el vello facial cuidadosamente esculpido y una dentadura tan blanca como sus pantalones vaqueros ceñidos en la entrepierna se pavoneaban por los pasillos como si fueran los dueños del lugar. A algunos les deslumbraba tanto su propia genialidad que necesitaban llevar gafas de sol dentro del edificio. Ejércitos de mujeres maquilladas a la perfección y parecidas (creo) a las Kardashian cargaban con bolsos de diseñadores tan exclusivos que jamás había oído hablar de ellos.

Nos dirigimos a la sección de alimentación. “No pienso dar de comer a mis hijas carne de Kobe ni caviar ruso”, mascullé mientras hacía zigzaguear a mi familia pasando por delante de pesados mostradores de mármol que se quejaban bajo el peso de cristales de hielo resplandecientes y de un mostrador de carne que ofrecía un surtido de “pollo, pato, chuletas de cordero y salchicha Merguez” por cien libras. Harrods es un comercio organizado de la manera más confusa posible, con ascensores que llevan a pisos aleatorios y escaleras propias de un grabado de Escher. Tras equivocarnos unas cuantas veces de dirección, lo que nos hizo pasar repetidamente por un laberinto de pasillos diamantinos en el que los empleados nos miraban sin vernos, tuve que hacer algo que detesto. Me vi obligado a pedir indicaciones para llegar a algún sitio en el que hubiese comida que no fuera la sección de alimentación.

Nos indicaron cómo llegar al salón de té y, después de unas cuantas vueltas más, dimos con un ascensor dorado que nos llevó allí. Mientras esperábamos por una mesa empecé a arrepentirme de lo que me había puesto. El conjunto de pantalón corto andrajoso y camiseta no era adecuado para un lugar en el que hombres encorvados de edad avanzada pasaban la aspiradora cuidadosamente por sofás de terciopelo rojo mientras atractivos camareros ataviados con chalecos impecables ofrecían bocados de sándwiches también impecables a aburridos comensales.

Escondí los pantalones de la vergüenza utilizando a mi familia como escudo y nos

Fourteenth St. Jerome Translation Contest

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

condujeron a una mesa situada bajo un árbol en flor. Me sentí más tranquilo cuando llegó otra familia y vi que el único hombre del grupo también llevaba pantalón corto. Mi tranquilidad se convirtió en vergüenza al darme cuenta de que eran irlandeses. “¿Qué pensarán todos estos hombres con sus vaqueros blancos ceñidos, sus mocasines de Armani y los tobillos al aire de nosotros, los irlandeses, que ni siquiera podemos permitirnos comprar perneras?”, pensé.

Después de almorzar exploramos la sección de moda infantil, tapizada con alfombras más ricas y más gruesas que algunos miembros de la realeza. Miré a mi hija pequeña, con sus mallas de Primark y su camiseta de Marks & Spencer cubiertas de baba y de restos de comida, y me pregunté si había fallado en la vida al no poder permitirme cubrir su piel perfecta con un pijama de cachemira solo lavable a mano.

Luego me indigné. Para vergüenza de mi familia, me dirigí a una asistente de compra y le pregunté quién en su sano juicio pagaría 300 pavos por un pelele. La pregunta claramente la pilló por sorpresa pero, en lugar de llamar a seguridad, sonrió. “Oh, se sorprendería. De verdad existe un mercado para esto. Además, es de muy buena calidad y... No, tiene usted razón”, dijo. “Los que pagan las marcas solo lo hacen porque pueden permitírselo”.

Adaptado de: Conor Pope, The Irish Times, 29 de agosto de 2018