

La marca “España”

Hay un desfile de personas –las que guardan los cuartos en Paraísos Fiscales o bien lo hacen sus amigos o los amigos de quienes ellos protegen- desde el cual nos están recordando que ser un sinvergüenza está mal porque perjudica a la Marca España. Esto es lo que tiene no enseñar las cosas correctamente: no es que haya que no ser un cabronazo por España; por lo que hay que no serlo es por los españoles. Y entiéndase aquí español en el sentido patriótico de la palabra: el que vive honradamente con un DNI expedido por el Ministerio del Interior; da igual donde naciera.

Nos aclara el abogado de la baronesa que “se trata de una práctica muy habitual entre los que participan de actividades como las subastas de obras de arte en el ámbito internacional: las operaciones de compra-venta resultan así más sencillas”. Lo tranquilo que estoy ahora. Sabiendo que esto es sabido por los que tiene que saber de ello, no saben aquellos lo relajado que yo me quedo con eso. Realeza, nobleza, y algún que otro cabrón: ¡todos sois iguales ante los Paraísos Fiscales! El Paraíso Fiscal para esos ricos es como el Reino de los Cielos para los justos: allí se ven todos los del gremio correspondiente. Siendo conscientes los ladrones de que su acceso al Paraíso –junto al Padre Común que nos hace iguales- lo tienen muy jodido, han creado ellos sus propios paraísos. Ahí sí que son coherentes: quien no puede tener un Dios a su medida, pero puede pagárselo, ¡adelante, que para eso está el dinero!

¿Qué tienen en común José de Echegaray (1904) –mejor matemático español del XIX, Santiago Ramón y Cajal (1906), Jacinto Benavente (1922), Juan Ramón Jiménez (1956), Severo Ochoa (1959), Vicente Aleixandre (1977) y Camilo José Cela (1989) –a lavativa de litro y medio diario aún después de premiado? Esa es la Marca España que hay que potenciar: la del conocimiento, la de nuestros Premios Nobel, la vida e historia de nuestros excelentes. La otra marca, la vuestra, la de los vividores de lo público para privatizarlo, la de los comedores de lo público para el enriquecimiento personal, la de los bebedores de lo público para el negocio de los amigos, esa Marca España es pura falsificación. Por eso, los demás, esa inmensa mayoría que sobrevivimos a esta podredumbre, hemos que seguir aguantando, resistiendo como sea. Mejor, solidariamente. Y con ojo, por si se nos acercan con ONGs a la medida de sus necesidades.

Fecha: 23/04/13

Enrique de Amo
Profesor Titular de Análisis Matemático de la UAL