

INDULGENCIA DEPORTIVA

El diario «Marca» publicaba hace unos días una gacetilla dando cuenta de haber recibido del «Grupo de la Adoración Nocturna» de Talavera de la Reina el siguiente telegrama:

«Hemos dirigido telegrama Real Federación Española de Fútbol solicitando amnistía jugadores sancionados con faltas no graves con motivo Congreso Eucarístico Nacional en Valencia. Rogamos apoyo diario "Marca". Grupo Adoración Nocturna Talavera».

Y a continuación, el diario «Marca» dice muy seriamente:

«Nos hacemos eco de la petición del citado grupo de Adoración Nocturna de Talavera de la Reina (Toledo)».

«EL ANIMAL MAS BELLO»

La revista «Control», de publicidad y ventas, publica en su número de este mes de junio un artículo firmado por Acosta Moro que no tiene, como suele decirse, desperdicio. Lleva por título: «La mujer como estímulo publicitario» y comienza diciendo:

«La mujer, el animal más bello y comprometido de la Creación, es además de estímulo hormonal, promoción celular, indiscutible madre, destructora de la soledad y el silencio, calefacción central con signo más bien expansivo, consumidora de hombres entre otras cosas, controlador ordenado de las últimas horas, almacén de lógicas imposibles, casi inhumanas...».

Uno se queda pensando si el autor será un «progre» que habla en broma. Pero sigamos:

«... precursor poético, bancario, alimenticio, suicidante, persona hembra de la especie humana de fisiología diferente a la nuestra con tendencia al estreñimiento...».

Y sigue diciendo:

«... además de todo eso, ellas son bellos seres incomprensibles, estéticamente perfectos, cerebralmente imprevistos, catedrales de formas de duración corta, seres pacifistas normalmente de derechas, creadoras realmente de la sociedad de consumo, elementos inestables, cambiantes, de complicada reacción, inhumanamente lógicas, sospechosamente tontas, falsamente débiles...».

Realmente hay momentos en que da la impresión de que Acosta Moro habla en broma, aunque de una manera arriesgada porque se corre el peligro de que el lector de «Control» se tome en serio eso de que la mujer es «calefacción central con signo más bien expansivo». El último párrafo despeja hasta cierto punto la duda pues el autor entra ya en una consideración de la mujer como objeto. Dice:

«Y... ¿qué decir de la mujer como estímulo publicitario? Ella es estímulo publicitario, estímulo de venta, estímulo pro-compra, estímulo creador, vivificante, erótico, secreto, digestivo, reparador, agotador, estímulo estimulante y todo el estímulo que te dé la gana. ¿O no?»

«Y... ¿qué decir de la mujer como estímulo publicitario? Ella es estímulo publicitario, estímulo de venta, estímulo pro-compra, estímulo creador, vivificante, erótico, secreto, digestivo, reparador, agotador, estímulo estimulante y todo el estímulo que te dé la gana. ¿O no?»

ESCRITOR Y NOVELISTA

Nuestra galería de personajes se enriquece hoy con el retrato de don Francisco Navarro Martos, más conocido por Paco Martos, escritor y novelista de Lorca, el cual distribuye como propaganda de sus obras un folleto literario. Comienza así:

«Este insigne escritor no puede hacer ostentación de ningún título Universitario, ya que sus principios culturales están basados tan sólo en lo que buenamente se puede adquirir en la CARTILLA y el CATON, tales como fueron sus estudios primarios.»

Pero:

«Sus sentidos naturales y la experiencia adquirida a través de su constante rodar por la vida, han sido más que suficientes para convertirle en un auténtico MAGNATE de la LITERATURA.»

Algunas de sus obras:

«"VENGANZA LUJURIOSA". Novela en prosa, en que el autor representa el papel de protagonista con un extenso historial de su escabrosa vida; cuyo título novelesco se abre al vuelo de la Lírica, pisando la dudosa luz de las pasiones humanas, con cuya joya literaria ha concursado al "Premio Planeta", de Barcelona, 1970, el más alto galardón internacional de novela en España.»

«"Caprichos de la Naturaleza", biografía extractada del Universo, obra magistralmente documentada y escrita al alcance de todas las inteligencias...».

Menciona también entre otras obras:

«"LO QUE EL VIENTO NO PUDO ARRANCAR", novela en prosa, de sabor humorístico y recreativo.»

«"PASADO, PRESENTE Y FUTURO DE LORCA", en verso, con 130 sextetos.»

«"MI QUERIDO VELEZ-RUBIO", en verso, con 80 sextetos...».



Francisco Navarro Martos
PACO MARTOS
Escritor y Novelista

LORCA

CELTIBERIA SHOW

LUIS CARANDELL

SOLTERAS Y CASADAS

Me escribe un amigo para contarme una cosa de carácter celtibérico, que ha sucedido en un cine de una ciudad de las llamadas «de provincias». Proyectaban una película «autorizada para mayores de 18 años». Un matrimonio amigo de mi comunicante, el marido de veintitrés años y la mujer de diecisiete, fue a la taquilla con la pretensión de comprar entradas. Les advirtieron que solamente podían entrar los mayores de dieciocho años, pero les vendieron las entradas. El portero pidió a la mujer el carnet de identidad. Ella lo enseñó, aclarando que el trámite era innecesario, porque estaba casada. El portero, sin embargo, se negó a dejarla pasar, alegando que las autoridades disponen en estos días extremar el rigor de la vigilancia, a fin de evitar que se mancillen las almas de los menores de edad. Se produjo el natural jaleo, y entonces se hizo una consulta a la Delegación de Información y Turismo, la cual resolvió la cuestión diciendo que «Como la Ley no distingue entre menores solteras y menores casadas, la señora no puede pasar».

He aquí, dice mi comunicante, algo que no ocurría en los más moralizantes años de la década de los cuarenta.



«A LA EFICACIA POR LA CORTESIA»

La Oficina de Información y Relaciones Públicas de la Dirección General de Correos y Telecomunicación edita para distribuir entre sus empleados unas «Normas de Estilo para relaciones con el público» que llevan el subtítulo, de gusto muy moderno, de «A la Eficacia por la Cortesía». Tomo algunos de los párrafos:

«El funcionario, cualquiera que sea su puesto de trabajo, rango o condiciones, al tratar con el público, representa a la Corporación a la que pertenece y con la que se identifica, de manera que habitualmente, si uno ha estado correcto, se elogia a la colectividad o, por el contrario, si el comportamiento ha sido destemplado o incorrecto, se descalifica a toda la Corporación. Y añade:

«De ahí vienen aquellos diálogos entre usuarios en los que se oye: ¡Qué empleados más correctos son los de Correos y Telégrafos! por ejemplo o ¡Qué groseros son los empleados de XI!».

Recomendaciones que se hacen a los empleados de Correos:

«¡Escucha! Piensa sobre lo que te está diciendo un usuario que te solicita cualquier información...».

«El trabajo debes realizarlo con alegría, con el estímulo noble de convertirlo en una obra de arte... y con el espíritu de contribuir al engrandecimiento y prestigio de la Corporación a la que pertenecemos.»

«Preséntate pulcramente ante el público. Si tienes prenda de uniforme, úsala y manténla limpia y cuidada, y si no la tienes, hazlo como si fueras a una visita importante.»

Hay otros consejos más, pero entre todos los de esta campaña de urbanidad postal destaca el siguiente, que podría titularse, dentro del espíritu del folleto, «a la eficacia por la sonrisa». Dice así:

«Antes de empezar a hablar, ¡SONRIE! La sonrisa es un arma mágica y representa la regla de oro en el trato con el público. Además, la sonrisa provocará en el funcionario el optimismo y le creará una disposición de ánimo que le hará imposible toda impaciencia o irritación. A las personas que saben sonreír se les considera como afables y simpáticas. Una sonrisa agradable es contagiosa. Es casi imposible que inspire otra cosa que otra sonrisa, en justa reciprocidad.»

POLLO Y CORBATA

La corbata, como se sabe, es entre nosotros una prenda imprescindible. En esta sección he venido recogiendo muestras de la "mania encorbatadora" nacional. Hoy ofrezco un anuncio en el que la corbata aparece como signo de "distinción" en un campo realmente inesperado: el pollo, en el sentido más común de la palabra, o sea, el pollo asado. El anuncio, que pone de relieve la complejidad mental del que lo redactó, comienza:

«Señora, al comprar pollo, pídale con corbata.»

«Un pollo con corbata es garantía.»

Explica a continuación que la empresa productora de estos distinguidos pollos:

«mima los pollos para usted y les concede su Corbata de garantía.»

Los pollos han sido "sacrificados en Guipúzcoa", y, como puede apreciarse en el hecho de llevar corbata, son:

«los aristócratas del corral.»