

Zona euro

Chiño

Cuando faltan pocos días para rematar el primer año del nuevo milenio ha llegado el momento de recapitular y de avanzar en los cambios que nos aguardan después de las fiestas de Navidad. Puestos a darle al magín, lo que me asusta un poco es lo del euro, pues nos va a traer de cráneo durante bastante tiempo.

Los poco duchos en el cálculo matemático –eso de multiplicar por mil, dividir entre seis– tendrán que llevar, inseparables de sus cuerpos, las gafas de cerca para manejar los convertidores de euros en pesetas, o de pesetas en euros. Nuestra mente es así de caprichosa, pues seguiremos operando con las pesetas como referente, aunque sea mucho más fácil calcular el precio de las cosas en euros en función de los euros mismos. Ya nuestras cartillas de ahorros han sido convertidas a la nueva fe monetaria, dejando reducidas a las unidades de millar de euro los mermados salarios.

Y es que la peseta estaba íntimamente ligada a nuestra idiosincrasia. Basta fijarse en el tratamiento que le dábamos en nuestro lenguaje. Las llamábamos rubias, sudábamos para traerlas a casa y a las personas poco obsequiosas, las tachábamos de peseteras.

Con la nueva moneda comunitaria tendremos que discurrir para sustituir expresiones y vocablos: “ganarse el euro con el sudor de la frente” y useureros parecen artificios ajenos a nuestra habla común, pero no tendremos más remedio que reinventar el lenguaje, al igual que los aficionados a la numismática deberán cambiar su entretenimiento

Con el tiempo y con la ayuda de los lentes de mirar, finalmente tendremos que acostumbrarnos a la nueva moneda, no sin antes haber padecido los correspondientes abusos de comerciantes desaprensivos. Aunque no sepamos mucho de economía, se producirán repuntes inflacionarios, pues será más cómodo pagar el periódico o las dos barras de medio con un euro que esperar la vuelta de centésimas de euro. Tan pocas perras no merecen el ejercicio mental, mucho menos ponernos los lentes y quedar en evidencia ante el quiosquero que no sospechaba del desgaste visual propio. El Corte Inglés de los humildes, es decir, las tiendas de Todo a cien, no aguantarán por tiempo la denominación “Todo a 0,60 euros”, por lo que, también desde el punto de vista del márketing, será mucho más factible, denominarlas Todo a 1, suscitando con ello la sensación de que han bajado más los precios anteriores.