

DE BUENAS LETRAS

# El día de la madre

ENRIQUE MARTÍN PARDO

DE LA ACADEMIA DE BUENAS LETRAS DE GRANADA

**E**n el 'Libro de mi madre' Albert Cohen cuenta, en profundas y conmovedoras páginas, la nostalgia que siente por la ausencia de su madre muerta. Se reprocha inmisericorde las veces que en el transcurso de la vida no fue todo lo cariñoso que hubiera debido, y lo mucho que sintió separarse de ella al tener que trasladarse desde Marsella a Ginebra como funcionario internacional, cuando ya era una mujer mayor y estaba muy enferma. Ella, sin embargo, hacía todo lo posible por disimular los achaques de la edad y los graves trastornos de corazón que padecía y, en cuanto se sentía un poco mejor, sacaba del baúl los vestidos y gorros más juveniles, y no dudaba en hacer un largo y muy incómodo viaje en tren para ir a verlo.

Sorprende leer una confesión tan desgarrada hecha por una persona que, a pesar de lo que narra, fue un buen hijo.

El 'Día de la madre', que (dicen) fue creado para homenajearlas, se ha convertido en

un negocio muy rentable, como lo demuestra la insistente invitación a consumir que, días antes, se hace en los medios y en los grandes almacenes, especialistas en rentabilizar los sentimientos más íntimos envueltos en papel de regalo. Aprovechan la oportunidad tan buena que se les presenta cada año para aumentar las ventas y, de paso, remover la conciencia de tantos desmemoriados hijos, al recordarles que ahora pueden acallarla con la variedad de productos que ponen a su disposición. Hijos, sin ninguna duda, encantadores y buenas personas, pero simpáticos y dicharacheros con todo el mundo menos con sus progenitoras, con las que, ¡ay!, debido quizá al estrés, a la precariedad en el trabajo y, sobre todo, a la siempre socorrida prisa para no llegar tarde a no se sabe dónde, casi nunca tienen tiempo de compartir con ellas unos minutos de charla, con la ilusión que les hace verlos, tenerlos cerca y hablar de cualquier tema, aunque solo sea durante

unos breves momentos.

Estas reflexiones me llevan a pensar si, tal vez, el fracaso afectivo de la efeméride se deba a lo mal enfocadas que están las campañas publicitarias, que se repiten con frases estereotipadas, vacías, sin tener en cuenta lo importante que es seleccionar muy bien el mensaje y las personas a las que va dirigido o, como dicen los marketinianos, cuál es «el público objetivo», es decir, los que compran. Yo propongo que ahora que los programas televisivos tienen tanto éxito de audiencia y en los que predominan el mal gusto, la descalificación gratuita y la agresividad verbal, aparezca en la pantalla el socorrido tarro de colonia, o cualquier otro artículo (ellas se conforman con poco), y que una persuasiva voz en off diga: «Si todavía tienes la suerte de que tu madre viva, no olvides que, aunque casi todas están hechas con una de las aleaciones más resistentes que existen: bondad, generosidad, resignación y toneladas de desinteresado amor, capaz de aguantar los desaires de sus hijos del alma, no te va a durar siempre. Así que date prisa y acércate, que un equipo de expertas informadoras te espera en nuestros establecimientos para aconsejarte y que elijas el regalo que mejor se adapte a tus gustos y a tus posibilidades. Ya verás cómo, un año más, vamos a conseguir entre todos que salgas airoso de semejante compromiso que no volverá a celebrarse hasta dentro de trescientos sesenta y cinco días, en el hipotético caso de que para entonces todavía siga viva».