

Texto taxi

Te subes en el taxi. Casi no has abierto la boca para indicar la dirección y ya está el taxista, como primer gesto para agradarte o impresionarte, quién lo sabe, lanzándose furibundo contra la vorágine del mundo que, de pronto, porque lo han decidido él y su acelerador, es tu enemigo.

Algo ha visto en ti que le hace sentir " *este hombre tiene una prisa del carajo; menos mal que ha topado conmigo*".

Y tú, que en realidad no tienes prisa alguna, o no tanta como para que los congojos te anuden aún más la corbata, te dejas llevar. Literalmente. Cómo interrumpir tanta voluntariedad. Cómo torpedear ese entusiasmo a tu servicio. Se le ve tan seguro de sí mismo...Te atreves si acaso a musitar un " *No se preocupe, que voy bien de tiempo*" y él piensa " *Qué educado: seguro que tiene una prisa de la leche*". Total, que puesto que él es tu escudero, empiezas a creer que llegas tarde a una batalla.

Hasta que, en vista de su contumacia y porque no se sienta mal, accedes incluso a participar de forma tímida en sus imprecaciones a los otros automovilistas: " *es verdad, tenía un ceda el paso*". (Error: ahora se crece y acelera todavía más).

Así es como este impulsivo desconocido, mientras te habla de usted y te trata de tú, se hace dueño de tu destino. También literalmente. Sustituye sin tu permiso el placer de llegar por la emoción de intentarlo. Hasta que te invade el deseo de acabar cuanto antes. Por favor, que se quede sin gasolina y te deje en la parada de taxis más próxima : necesitas el sosiego de una segunda oportunidad.

Esa manera de avanzar sin control y haciendo esos me recuerda mucho al proceso de redacción alocado de quien se enfrenta al texto sin más bagaje que su buena disposición y un bolígrafo (para entendernos, el taxista y su volante).

Ahí empieza una carrera de adjetivos frenéticos, verbos que buscan atajos, gerundios que rodean frases y giros gramaticales que no pueden contenerse ni desecharse. Una locomotora de palabras que se engarzan unas a otra como cerezas. A los cinco minutos la cosa se ha subvertido de tal manera que el hecho de avanzar pasa a ser la misión, y transmitir algo sólo la circunstancia. El objetivo ya no es persuadir, sino simplemente acabar el texto. El resultado es un pequeño engendro parecido a esos caballos que pierden su jinete y, no obstante, concienzudos y algo patéticos, siguen a pleno galope esperando que una meta se les cruce en el camino.

También se semejan mucho a las personas que hablan y hablan y hablan hasta que encuentran algo que decir. Con el agravante de que en este caso, el lector ataja esa incontinencia verbal pasando la página.

" *Total, si nadie lee los textos*" termina siendo ante el estropicio consumado la conclusión cínica que no puede esconder la impotencia que la alimenta.

Y todo por no haber decidido qué es lo que queremos que el lector haga cuando acabe de leer, que nos obligaría irremisiblemente a proporcionarle de forma ordenada los motivos para que lo haga.

Y todo por caer en la manida trampa (ni siquiera Hemingway, gran escritor y pésimo publicitario, supo sortearla) de creer que redactar para vender es elegir palabras en vez de las sensaciones que llevan dentro.

Y todo por la pereza de desandar el texto, volver al inicio una y otra vez, hasta encontrar la ruta más fluida y convincente.

Redactar, más que poner términos encima de un papel es saber exactamente de cuáles puedes prescindir y que el argumento siga funcionando como un reloj de precisión. Quitar palabras y dejar el alma." *Crear no es más que un acto de moderación*" dice Antonio Gala.

Si quitas una palabra y la frase sigue diciendo lo mismo, la palabra está de más.

Si quitas una frase y el texto sigue diciendo lo mismo, la frase debe eliminarse.

Si quitas el texto, y las ventas no decaen, el redactor debería cambiar de profesión.

La de taxista es una opción.

Santiago Rodríguez