



# La moraleja del requesón y el vino

**Publicado: Lunes 10 febrero 2020 | 09:40:57 pm.**

**Publicado por: Haydee León Moya**

Desde la esquina se veía el tumulto frente a uno de los más céntricos y frecuentados establecimientos comerciales de la ciudad: el Zunzún La Creación, en el bulevar de esa arteria guantanamera.

Los recién llegados preguntaban el último, incluso antes de saber qué vendían. Requesón del bueno, en envases y a 17 pesos. Mientras se agrandaba y desorganizaba la cola, con el anuncio de alguien de que ya casi no quedaba, los más cercanos a la puerta coincidían en un solo reclamo. Unos en tono ofensivo (sinvergüenzas, abusadores...) y otros amablemente (por favor, regulen la venta, a dos potes por persona para que todos alcancemos).

Pero, por encima del reclamo de la mayoría, muchas personas seguían saliendo del mercado con sospechosas cantidades del producto. Y allá adentro nadie se inmutaba: ni los dependientes, ni el portero y mucho menos otros que detrás del mostrador se limitaban a observar el triste panorama.

Un panorama tan lamentable como el que se vivía casi a las puertas del local y en sus alrededores: requesón del bueno, en potes y a 17 pesos cubanos, en manos de los especuladores, a 25 pesos.

Esa es hoy una de las más injustas y bochornosas formas en que se comporta la comercialización de productos alimenticios y no alimenticios cuando no se regula racionalmente el despacho en ese y otros establecimientos donde en lugar de servir a la población, se le maltrata de esa manera.

Donde es solo una consigna eso de que el cliente es lo primero y uno se pregunta: ¿el primero después de quiénes?

Se ha escrito infinidad de veces en los medios de prensa, y expresado por autoridades locales y nacionales, la responsabilidad que en esa mala práctica tienen las administraciones y los dependientes, pero al parecer no es suficiente.

A ningún nivel, pero sobre todo localmente, pues es donde los hechos se comprueban con sistematicidad, se puede seguir discursando sobre ese asunto o atacando el problema un día y dejándolo correr el resto, porque no solo está en juego la autoridad, sino que contradice el espíritu de lo que hace la máxima dirección de nuestro país con ese estilo de trabajo de acercarse al pueblo, escuchar sus insatisfacciones y solucionarlas.

Y no es que esa situación sea privativa de ese tipo de establecimiento del sector de Comercio, y mucho menos del de la mencionada pasta untable. Es un mal al que no se le acaba de poner cura en las tiendas de productos industriales, en las popularmente conocidas como *shoppings*, en las de venta de materiales de la construcción y en cuanto lugar se disponen para el pueblo productos de primera necesidad.

Mientras escribo de este episodio, que con la misma trama y personajes se ha enquistado en un sector de altísima sensibilidad en una nación donde el cerco comercial, financiero y económico de Estados Unidos hace que no sean precisamente abundantes los suministros, viene a mi mente lo que muy bien pudiera considerarse un capítulo de la misma historia de mal servicio y absurdos que tanto daño causan.

En uno de los quioscos que se despliegan en una céntrica calle de la urbe durante la ya asidua y atrayente fiesta popular identificada como Noche guantanamera, un dependiente, elegantemente uniformado, está al frente del local que es toda una tentación de buenas ofertas en tablilla y estantes.

Pasadas las seis de la tarde, la hora en que rompe la fiesta, un hombre llega y pide una botella de vino Soroa, que está en exhibición.

«Tiene que esperar, porque es la única que trajeron y no se puede vender hasta que no pase la comisión», dijo con tremenda tranquilidad el empleado.

Pero cómo es eso, dijimos casi al unísono el hombre y yo.

«Nada, que los jefes no han pasado por aquí todavía, y si te la vendo ahora, no van a ver que tenemos variedad de ofertas».

¿Variedad de ofertas con una sola botellita en existencia?

«Pero ellos no revisan para ver si hay más», afirmó el emperifollado dependiente.

Con el asombro y el disgusto que tales argumentos le pueden provocar a cualquiera, el cliente se marchó, no sin antes expresar su inconformidad, inútilmente.

Es la filosofía de la apariencia, del engaño y de la mentira, práctica que deja muy mal sabor, como la del requesón bueno y barato que va a parar a manos de marginales que venden caro.

<http://www.juventudrebelde.cu/opinion/2020-02-10/la-moraleja-del-requeson-y-el-vino>

