THE LABRADOR FROM CINCINNATI

Everybody Laughed.
The Dog Didn't.



FERDINANDO FREGA

EL LABRADOR DE CINCINNATI

Todos se rieron. El perro, no.

The P&G Saga · 18

Siempre ha existido una regla social que dice lo mismo: en los funerales se ríe y en las bodas se llora. A la mayoría le dejaba una sonrisa dentro de un pensamiento; pero los que reflexionaban, los que se creían la mayoría, insistían en que no era cierto.

Era como decirle al mundo entero, hace cinco meses, que con solo 70 $ al mes yo escalaría toda la web, hasta la cima de las búsquedas de las propias multinacionales — sin dinero, sin publicidad, sin SEO — y la mayoría se habría tomado la noticia como una broma, con una sonrisa, captando solo el lado irónico. Nadie pensó que pudiera ser una prueba, ni que la ironía viviera solo en la acción de quien lo había logrado.

Pero hoy era un día especial: el cumpleaños de mi padre. Temprano por la mañana, sin avisarle, fui a visitarlo a su residencia eterna: el cementerio.

El encuentro fue una mezcla de lágrimas y sonrisas, pero al final lo había celebrado a mi manera, dentro de esta historia, para sorprenderlo — lo que mejor sabía hacer, y lo que él adoraba.

Al llegar a casa encontré a mi mujer llorando. Pensé que se había unido a mí en la emoción del día. No era así. Estaba destrozada por nuestro perro, un labrador americano de diez

años, ya un viejito, que llevaba tres días negándose a comer, y ella no encontraba solución.

Hasta la visita del médico de perros — nunca lo había ascendido a veterinario — se convirtió en la pesadilla de siempre de la medicina humana: visita pagada, recetas, análisis de laboratorio, y él con su coche nuevo y reluciente mientras yo me quedaba admirando lo listo que era.

Así que investigué el problema y encontré la causa. Mi mujer había cambiado la marca de pienso con la que había crecido: un saco gigante de 10 kilos, rico en vitaminas y anunciado por todas partes, fabricado por una empresa que yo conocía muy bien, por la módica suma de 25 $.

Elisabetta, mi mujer, había probado una marca nueva que costaba menos, con una hembra de labrador americano en el saco, y pensó que lo conquistaría. No fue así. Él quería esa marca, y solo esa marca.

Mi mujer pensó que le estaba tomando el pelo, pero cuando cogí un puñado del pienso nuevo y lo metí en el saco viejo, él empezó a comer — luego se detuvo justo después del primer bocado y me miró, como diciendo que nunca conseguiría engañarlo.

Yo me reía como un loco de toda la situación, mi mujer lloraba porque creía que el perro se estaba muriendo, y mi hija, atrapada en medio, nos decía que éramos los dos unos idiotas.

Tomé al perro de la correa y salimos a pasear, hasta el escaparate de una tienda de comida para mascotas. Allí, bien a

la vista, estaba su marca. No lo disimuló: moviendo la cola y ladrando, me dijo que eso era lo que quería.

Me detuve a explicarle que estábamos pasando por tiempos difíciles, que la marca que tanto le gustaba había sido objeto de una de mis escaladas, y que quizá un día lo haría nombrar director de esa división — pero por el momento tendría que aceptar la situación.

Era un perro, sí, y en eso podemos estar todos de acuerdo. Pero tenía una ventaja: era americano, y eso le daba ventaja sobre todos los demás perros del mundo.

Volvimos a casa y él empezó a comer, y mi mujer, muerta de curiosidad, quiso saber qué había pasado.

Le dije que le había prometido que dirigiría la división PET&FOOD de una multinacional en Cincinnati, y que él me había creído — porque cuando alguien que se llama Frega dice algo, más vale aguzar el oído y dar siempre por hecho que podría hacerse realidad.

Ferdinando