

Hombre Nuevo

José Manuel, L.C.

El “fua”

Resulta admirable que la teoría del “fua” haya hecho tan famoso, ante las cámaras de televisión, a un borrachín que dormía plácidamente sobre la acera de la calle. El “fua” se propagó como pandemia y ahora se escucha a miles de aficionados al fútbol mexicano gritarlo en los estadios, como si se tratara de un gigantesco rugido de león, cuando el portero despeja el balón: “fua”. Incluso la Volkswagen ha adoptado el “fua” en su guión publicitario, lo mismo que otras líneas de productos como el calzado o los helados. “Fua” por aquí, “fua” por allá.

Según el benemérito borrachín, el “fua” es la energía que te proyecta hacia el universo, es el coraje, es la fuerza capaz de resucitar a un muerto. Seguramente Jesús cuando resucitó a Lázaro exclamó: “fua”.

El efecto mediático que ha tenido este concepto nos muestra lo vulnerable que resulta la sociedad ante algo novedoso. La originalidad produce sorprendentes dividendos. Tienen razón los técnicos de la mercadotecnia cuando afirman que “es mejor ser el primero en la mente del público, que ser el más grande”.

El “fua” es lo mismo que espíritu de superación o fuerza de voluntad, términos tan antiguos como la rueda, pero expresados de modo original por un borrachín que sólo necesitó tres letras. twitter.com/jmotaolaurruchi