

LA CABEZA EN OTRO LADO

Vosotros mismos sois una marca. No llevaréis pegado un código de barras, pero cada uno tiene una identidad única que os define. Exactamente igual que cualquier marca.

A Carlos, el profesor de Economía de la Empresa del instituto donde estudiaba Alma, le encantaba empezar sus clases con símiles. Era su forma de intentar captar la atención de los estudiantes y que se centrasen en la lección. Sin embargo, Alma era la única que mostraba verdaderamente interés en su asignatura.

Le gustaba la manera de impartir clase de Carlos. Era un profesor experimentado, de unos cuarenta años. Tenía canas y alguna arruga en la cara, pero su aspecto era agradable. Alma trataba de atender a sus explicaciones, tomando nota

de todo cuanto consideraba interesante. Mientras tanto, de forma disimulada, también aprovechaba para hacer los ejercicios que tocaban para ese día.

Aquel día lo dedicaron a las marcas. Mientras Carlos hablaba, Alma escuchaba moviendo lentamente su coleta con el bolígrafo. Estaba atenta a la explicación. Cuando no entendía algo, hacía una pequeña mueca de insatisfacción. Pero no se desanimaba, ya que aquella asignatura le fascinaba.

Economía de la Empresa —*Empresa*, llamada coloquialmente—, era su segunda clase del día. Justo antes habían sufrido una demoledora hora de Matemáticas de la que no había entendido absolutamente nada. ¿A quién podían impartirle las derivadas?

—¿Alguien puede decirme que es una marca blanca y cuáles son sus características? —preguntó entonces Carlos.

Todos los presentes sabían la respuesta, pero ninguno respondió.

—¿Nadie se anima a contestar? —El silencio se hizo mayor—. Muy bien. En ese caso, id a la página 120 y haced un resumen. Después resolved los ejercicios de la página 124 —dijo, visiblemente enfadado.

Alma sintió pena por él. Normalmente, ella sabía las respuestas de todo cuanto preguntaba. Si no levantaba la