



LA TRIBU

ANTONIO
GARCÍA BARBEITO

Pueblo

El pueblo necesita ajustarse a las manos de sus celebraciones

A los pueblos les vienen grandes las ciudades, porque no les caben en las manos del asombro, se salen de su capacidad de asumir las cosas la luz y las esquinas. Y por más que hayan aprendido a caminar por ellas, a dominar sus tradiciones, sus acontecimientos más universales, siempre se les derrama algo —mucho— de ellas. El pueblo se siente él cuando las cosas son de su medida, porque para eso las ha hecho así, para su gozo.

El pueblo que en las vísperas del Corpus se va a las veras del río a segar juncia y a los pinares a segar romero; el pueblo que abre, con un vuelo de alcanfor, los roperos de las viejas cómodas donde duermen perfectamente dobladas las colchas; el pueblo que saca a las delanteras de las casas una guardia de las mejores plantas —efímero altar— para ofrecerlo al Dios visible de esa Mañana; ese pueblo que domina calles, esquinas, balcones, no sabría cómo abarcar la Mañana, la misma Mañana, en una capital. El pueblo necesita ajustarse a las manos de sus celebraciones las celebraciones íntimas, las que se organizaron para disfrute de doscientas, quinientas, mil personas. Es el mismo pueblo que el Domingo de Ramos ya tiene en su casa ramos de olivos para recibir a Jesús en su entrada a la Jerusalén de las íntimas calles por donde va su vida, por donde empezó a vivir los populares evangelios del ambiente rural. Y es otra la Mañana del Corpus. Y es otra la mañana del Domingo de Ramos. Como son otros los circos que acampan en los pueblos pequeños, y otra la expectación del público. Como es otra la tarde si el pueblo organiza un festejo taurino. Qué español es el ambiente. Todos los elementos de una tarde de toros, allí. Allí, la presumida y el estirado, el que se cree ganadero por la ropa que se ha puesto y la que, también por la ropa, se cree la novia de Reverte, o Lupe Sino. Allí, el viejo aficionado que saca entrada, se va con tiempo a su localidad y, callado, sin perder detalles, no habla más que con sus pensamientos. Allí el pueblo sencillo que sabe que tiene que estar con su torero. Allí, en un palco, la autoridad, un militar, un entendido, un auxiliar. Allí, sonando mejor que en todas las plazas del mundo, la banda de música. Y las muchachas que se visten de seducción, y los chavales que se ponen pantalones vaqueros, calzan botas de cuero y se ajustan camisa y chaqueta para vestir un no cumplido sueño de novillero. El pueblo. El pueblo allí, con un señor que rifa algo por los tendidos como rifaban lotes en los viejos circos. España cañí, sí. La España de cerrado y sacristía, sí. Banderas de España y de Andalucía, pancartas de ánimos... Y tres toreros que redondean la estampa más genuinamente española. España sin fisuras. No sé en qué tendido estaría Berlanga...

garciaarbeitoantonio@gmail.com

TRIBUNA ABIERTA

Exclusión social

POR FRANCISCO J.
FERNÁNDEZ ROMERO

Si hay hoy una causa identitaria que merezca la pena abanderar esa es la de las personas mayores. Luchar contra la despersonalización del servicio público es más necesario que nunca en edades avanzadas

La transformación digital es una gran oportunidad de futuro. Junto a la economía verde, probablemente representa el gran vector de desarrollo empresarial de las próximas décadas. No deberíamos ser injustos con ella. Además de posibilidades renovadas de crecimiento y empleo, ha mejorado y facilitado nuestra vida. Es necesario reconocer que su utilidad nos ha cambiado incluso los hábitos, agilizándonos un buen número de gestiones. Si hoy es más rápido y sencillo, ordenar una transferencia, hacer una amortización de préstamo, reservar entradas para el museo o el teatro, es gracias a la digitalización. También montar una empresa es mucho más sencillo gracias a ella.

Lo uno no quita lo otro, y del mismo modo que es justo reconocer estas bondades también es legítimo debatir sobre los inconvenientes. No todas las expectativas sobre la transformación digital se han cubierto. Al tiempo que ha creado empleo, también los ha destruido, sin que a día de hoy existan estadísticas fiables que permitan conocer el verdadero balance. Al tiempo que han ampliado la libertad de expresión, otorgando un altavoz a cada usuario, ha introducido bulos y mayores posibilidades de manipulación. Al tiempo que nos ha «regalado» servicios a los que ya nos hemos acostumbrado, como seguir la ruta para llegar a un determinado sitio al que no hemos ido nunca, también se ha hecho un uso de nuestros datos del que sin duda aún no somos conscientes, por más que sospechemos o que nos lo vengán advirtiendo. Y al tiempo que nos han agilizado algunas gestiones, también nos ha dificultado otras, alejándonos del trato personalizado y sembrándonos la inquietante sensación de que con la digitalización es tan sencillo contratar como complicado «descontratar» o resolver cualquier incidencia. Con la digitalización parece que hemos cambiado el sentido de la intimidad.

Y finalmente se ha advertido, y con razón, del riesgo de exclusión digital. Cuando la digitalización arrancó y convivieron el canal presencial y el virtual no vimos más que ventajas. Habitualmente acudíamos al primero y cuando lo necesitábamos regresábamos al segundo. Pero en el momento en que este último quedó claramente minoritario, y las empresas empezaron a desinvertir en lo presencial para confirmar su apuesta por lo digital, afloraron las dificultades y los problemas. Y entre ellos, sin duda, uno de los más importantes es el de la exclusión digital, que afecta de modo muy especial a las personas mayores. Un nuevo frente de discriminación (similar a la exclusión cultural) que se abre hacia quienes la sociedad ha vuelto la espalda. Una especie de quiebra del principio de que todos somos iguales.

Ahora ni siquiera en los bancos son bienveni-

dos. De los bancos es precisamente de lo que más se habla y en lo que más pensamos al referirnos a la exclusión digital de las personas mayores. Pero hay otra mucho más grave, a la que me quiero referir aquí, que es la de las propias administraciones. La atención presencial es cada vez más reducida y limitada para casi cualquier gestión. Llegar a una oficina pública con la simple pretensión de que te atiendan, aún sabiendo que puedes tener que esperar cola, ya es prácticamente imposible. Todo es con cita previa y en la mayor parte de las ocasiones tiene que ser tramitada de forma digital. Llegó la pandemia y la transferencia hacia la atención digital se hizo obligatoria. Pero hemos recuperado la normalidad para casi todo menos para la atención presencial en los servicios públicos. Lo que se comenta en la calle es que todo esto ha llegado ya para quedarse. Cada vez hay menos empleados públicos atendiendo personas y trabajando de cara al público. La mayoría está dedicada a la tramitación digital de expedientes.

Hace poco llamó la atención de los medios la muerte de un fotógrafo de ochenta años que salió a pasear por París, se derrumbó en la calle y murió al día siguiente de frío sin que nadie durante doce horas se acercara para interesarse. Salvando las distancias, ocurre lo mismo con los estereotipos que la digitalización ha impuesto. Cerrar las puertas físicas de los mayores, obligándolos a entender-



ABC

se con un mundo digital que les resulta hostil y extraño, es practicar una indiferencia similar. Que esta provenga además de las administraciones públicas resulta de una injusticia social atroz. Si hay hoy una causa identitaria que merezca la pena abanderar esa es la de las personas mayores. Luchar contra la despersonalización del servicio público es más necesario que nunca en edades avanzadas. Porque además a ese segmento social llegaremos todos, más tarde o más temprano.

Urge que nuestros representantes públicos tomen medidas de planificación para garantizar que la transformación digital no avanza a costa de excluir de los servicios públicos a las personas mayores. Y urge también que no solo los bancos sino todas las empresas actualicen sus políticas de responsabilidad social corporativa, incorporando de forma expresa el objetivo de evitar la exclusión digital por parte de las personas mayores. Habilitar horarios especiales, dedicar canales expresos de atención telefónica y presencial con estas personas e implantar un comportamiento digital afectivo creo que es una de las mejores inversiones reputacionales que hoy cualquier marca puede hacer.

FRANCISCO J. FERNÁNDEZ ROMERO ES SOCIO-DIRECTOR DE CREMADES&CALVO-SOTELO