

Director Emérito: Josep M.ª Puigjaner Corbella

Director científico: Francisco Martínez Romero

Directores:

Francesc Pla (fpla@edicionesmayo.es),

Montserrat Ponsa (mponsa@edicionesmayo.es)

Redactor jefe:

Javier March (jmarch@edicionesmayo.es)

Redacción: Mercedes López, Ángel López del Castillo

Corresponsales:

Andalucía oriental: F. Acedo

Andalucía occidental: M. Ruiz Rico

Aragón: A. Giner

Asturias: P. Zariquiegui

Baleares: J. Ferrer

Canarias: Ana Belén Hernández Machín

Cantabria: V. Lemaur

Castilla y León: M. Gómez

Castilla-La Mancha: E. Rosado

Comunidad Valenciana: J.V. Morant

Extremadura: J.C. Blasco

Galicia: F. Monroy

La Rioja: M. Menéndez

Navarra: A.V. Eguía

País Vasco: M.J. Esnal

Fotografía: O. Gómez de Vallejo, M. Marco

Dirección artística y diseño: Emili Sagóls

Ilustración: Marc Ambrós

Corrección: Eduard Sales

Diagramación: M4 Autoedición Asociados S.L.

Comité científico:

M.J. Alonso, R. Bonet, J. Braun,

M.ª A. Calvo, M. Camps, A.M. Carmona,

N. Franquesa, M.ª C. Gamundi, A. Garrote,

M. Gelpi, J. Guindo, J.R. Lladós, F. Llambí,

J. Oller, A. Pantaleoni, L. Puigjaner, Inma Riu,

E. Sánchez Vizcaíno, J.M.ª Ventura,

M.ª del C. Vidal Casero, M. Ylla-Catalá

Edita:

Mayo
EDICIONES MAYO, S.A.

www.edicionesmayo.es

Redacción y administración:

Aribau, 185-187 2.º. 08021 Barcelona

Tel.: 932 090 255

Fax: 932 020 643

comunicacion@edicionesmayo.es

Publicidad:

Barcelona: Aribau, 185-187 2.º.

08021 Barcelona. Tel. 93 209 02 55

Mónica Sáez: msaez@edicionesmayo.es

Madrid: Condado de Treviño, 9 local 1. 28033

Madrid. Tel.: 914 115 800. Fax: 915 159 693

Begoña Llano: bllano@edicionesmayo.es

Impresión: Rotocayfo S.L.

Depósito legal: B. 10.516-84

ISSN 0213-7283

Suscripciones: 88,50 euros

Control voluntario de la difusión por



Tirada: 20.000 ejemplares

© Ediciones Mayo, S.A.

Reservados todos los derechos. Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos, aun citando la procedencia, sin la autorización del editor

La talla

Está bien visto utilizar la expresión «El tamaño no importa». Una expresión que intenta reivindicar virtudes menos evidentes que la dimensión, pero supuestamente mejores; y que, en cierto modo, tiene puntos de contacto con la más famosa de las pronunciadas por el barón de Coubertain: «Lo importante es participar». Ambas las hemos escuchado muy a menudo y en multitud de situaciones. Lo más habitual en estos casos es considerar su utilización como una muestra de elegancia, deportividad e incluso de generosidad y grandeza de espíritu. Aunque, si nos paramos a pensar con un cierto detenimiento, nos daremos cuenta que, sobre todo, las utilizan, impulsados posiblemente por un cierto sentido olímpico, los que son grandes y los que siempre ganan. Esta circunstancia me hace sospechar que, en el fondo, los que se llenan la boca con ellas están imbuidos de una falsa modestia mal disimulada.

No tengo ninguna duda que, en muchas situaciones, el tamaño es una característica determinante para alcanzar la victoria y, no nos engañemos, el objetivo de los deportistas olímpicos es alcanzar el podio.

Las farmacias están sufriendo una situación de contracción económica y de penuria financiera que les está obligando a cuestionarse su situación e incluso en algunos casos su supervivencia. En esta coyuntura es realmente una frivolidad o un ataque de falsa modestia, y en ambos casos se trataría de actitudes peligrosas, esquivar la cuestión del tamaño. Posiblemente, sería lo más sencillo, aunque traumático para muchos, dejar que, en un mercado cada vez más exigente, el tamaño acabara condicionando el futuro de las farmacias, pero ¿sería justo –aunque simplemente solo haría falta preguntarse si sería pragmático– no esforzarse en buscar fórmulas alternativas?

A menudo, demasiado a menudo, se confunde valentía con discurso enardecido, cuando de lo que se trata es de analizar con frialdad la realidad y proponer fórmulas que posibiliten la evolución del modelo hacia escenarios más sólidos desde el punto de vista colectivo. No hacer este ejercicio de realismo solo puede explicarse por un exceso de soberbia que puede llevar al colectivo a una fractura irreparable. Seguramente, para ser consecuente con este discurso serán precisas lo que algunos consideran «cesiones de alto riesgo», pero no creo que la situación actual esté carente de peligro. Aunque, todo y siendo un grave error, siempre se puede recurrir al lacónico y tan en boga en muchas cuestiones importantes: «El tiempo arregla todas las cosas». Triste, pero real. ■

Francesc Pla



©THINKSTOCK