

Director:

Francesc Pla (fpla@edicionesmayo.es)

Redactor jefe:

Javier March (jmarch@edicionesmayo.es)

Redacción:

Silvia Estebarán (sestebaran@edicionesmayo.es)

Mercè López (mlopez@edicionesmayo.es)

Dirección artística y diseño:

Emili Sagóls

Comité científico:

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

A.M. Carmona, A. Garrote, J.R. Lladós,

F. Llambí, A. Pantaleoni

Edita:

MAYO

www.edicionesmayo.es

Redacción y administración:

Aribau, 185-187, 2.ª planta. 08021 Barcelona

Tel.: 932 090 255

Fax: 932 020 643

comunicacion@edicionesmayo.es

Publicidad:**Barcelona:**

Aribau, 185-187, 2.ª planta. 08021 Barcelona

Tel.: 932 090 255

Mónica Sáez: msaez@edicionesmayo.es

Mar Aunós: maunos@edicionesmayo.es

Madrid:

López de Hoyos, 286.

28043 Madrid.

Tel.: 914 115 800

Fax: 915 159 693

Raquel Morán: raquelmoran@edicionesmayo.es

Depósito legal:

B. 10.516-84

ISSN 0213-7283

Suscripciones:

90,75 euros

Control voluntario de la difusión por



Tirada: 20.500 ejemplares

© Fotografías: 123RF.com

© 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.

Las musas

Estaba en la barra del bar con unas tapas y unas cervezas, y con mis colegas colgados de mis hombros de hombretón. Todos nos reíamos de las anécdotas que nos habían ocurrido durante la semana. Soy un sentimental. Puedo soñar, aún. Ahora la barra del bar está en el WhatsApp. No es lo mismo, no. No soy de esos que se empeñan en ver esta mierda de pandemia como una normalidad reformada, pero es cierto que lo más importante es con quién compartes las anécdotas, con quién discutes las ideas y con quién elaboras los proyectos. Las musas de este editorial habitan en uno de esos hilos efervescentes de Twitter que después continúan en un más sosegado encuentro en los reservados del WhatsApp.

Procuro no caer en la tentación de equiparar la realidad tuitera con la de la calle. Los que nos paseamos por esa jungla digital no somos el reflejo de la realidad, pero tampoco somos unos extraterrestres. A veces creo que las redes sociales son como una sala de espejos cóncavos y convexos en los que la realidad se refleja. Es evidente que la deforman, pero no se la inventan. En la moderación está el truco para saber traducir esas imágenes y no creer que eres tan gordo o tan alto como pareces.

Veintidós mil es el número mágico en Twitter. Sirve para un roto y para un descosido. Nos agarramos a él para reivindicar nuestro potencial logístico y sanitario, para hacer ofertas y para ofendernos cuando nos las rechazan. Lo cierto es que ese veintidós mil es un número que viene de un modelo regulatorio que ya tiene unos años, y que en la sociedad actual ofrece ventajas e inconvenientes, y, al menos nosotros, deberíamos dedicar una parte de los esfuerzos a buscar fórmulas que lo mejoren. Reforzar sus valores y minimizar sus defectos. Sorprende la facilidad con que nos llenamos la boca con ese número y cómo lo manejamos como si fuera un todo homogéneo. Nos equivocamos de mucho cuando proponemos actuaciones con la premisa de esa falsa homogeneidad. El sector es muy diverso, diverso en capacidades y en objetivos. Es lógico que sea así, ya que se trata de establecimientos privados que además están limitados por una regulación. Definir proyectos que aglutinen a una gran mayoría, facilitar instrumentos comunes que los posibiliten y reflexionar profundamente si lo esencial es realmente el número debería ser nuestra obsesión. Un amigo en Twitter escribió: «Lo esencial lo es hasta que deja de serlo». Pues eso. ●

Francesc Pla

