

Belén Barreiro

Tiempos de generosidad

El País, 19 de abril de 2020.

La generosidad adquiere su valor culminante cuando las cosas vienen mal dadas. Muchas personas la ejercen cuando más costosa resulta. Y es entonces cuando se manifiesta el agradecimiento de aquellos que la reciben, pues saben que en tiempos adversos dar no siempre es fácil. Si en algo nos está cambiando esta crisis sanitaria como sociedad es precisamente a través del altruismo, en los ámbitos más diversos. Los tiempos de coronavirus serán recordados como tiempos de generosidad, al margen de cómo evolucione el futuro.

Son generosos los ciudadanos que cumplen de forma estricta con las reglas del confinamiento. Se trata de una inmensa mayoría social. También quienes salen a aplaudir a las ocho de la tarde en agradecimiento por el esfuerzo del personal sanitario. Quienes ayudan a las personas de su entorno que no se valen por sí mismas, llevándoles la compra, preocupándose por ellos. Son generosas las familias que dejan mensajes de agradecimiento a las cajeras con las que comparten edificio. Gracias a todas estas muestras de esplendidez, nuestra sociedad ha mejorado la imagen que tiene de sí misma: se ha reforzado ampliamente nuestra autoestima colectiva.

Son aquellos obligados a vivir esta crisis en primera línea quienes mayor entrega y desprendimiento están mostrando: los sanitarios, cuidando de tantísimos enfermos día y noche, pero también la policía y el Ejército, asegurándose de que el confinamiento se cumple (con algún exceso) y amparando a quienes lo necesitan. Son también los colectivos más recompensados por la ciudadanía, con mejoras inéditas en su reputación. Dan mucho y reciben mucho. Desde la generosidad y solidaridad con la que se vive esta crisis, es posible que salgamos de ella con mejores mimbres como personas y como sociedad, con proyectos de vida que nos permitan afrontar mejor tanto lo individual como lo colectivo.

Pese a que la patronal sea una institución mal valorada, hemos visto en estos tiempos innumerables iniciativas solidarias por parte de marcas y empresas. Ha habido contribuciones generosas para la compra de material sanitario (mascarillas, respiradores, batas...), transformaciones de plantas de producción para la fabricación de geles hidroalcohólicos, o flotas de vehículos puestas a disposición de los centros hospitalarios. Los consumidores, por su lado, no están reaccionando con cinismo ante estas ayudas: en los discursos no se observan comentarios sarcásticos, sino un reconocimiento llano, sin dobleces. Las marcas que ayudan en estos tiempos tienen su recompensa: la distancia emocional que les separa de sus consumidores se va estrechando. La crisis del coronavirus, pese al golpe económico que muchos ciudadanos vaticinan que provocará, está despertando actitudes de benevolencia en la sociedad, nunca vistas en los años de la Gran Recesión.

La mala imagen que arrastran los sindicatos desde tiempo atrás tampoco empaña la simpatía que despiertan las generosas contribuciones de muchos trabajadores: desde los taxistas que se ofrecen a llevar a los médicos a los hospitales sin coste alguno, hasta los pequeños comerciantes que dan desayunos gratuitos a los transportistas que pasan sus días en las carreteras. Los medios de comunicación, cuya información devora ahora la inmensa

mayoría, no solo consiguen más seguidores sino que están mejorando su reputación, según indican los estudios de *tracking*.

Pero no todo es generosidad en estos tiempos difíciles. Hemos visto a vecinos pidiendo a cajeras, médicos y enfermeros que se vayan de sus casas, porque “aunque su labor sea imprescindible, no vaya a ser que nos contagien”. Hemos visto a personas haciendo *jogging* al aire libre, y es muy probable que correr en solitario por las calles de una ciudad no contagie a nadie, pero las reglas que son para todos están para cumplirse. Y quienes se sientan la excepción no son más que insolidarios.

Es desde esta óptica como debe interpretarse el descenso de reputación de la UE, la institución que más cae desde el inicio de la crisis sanitaria. La falta de acuerdo sobre el establecimiento de *coronabonos*, un instrumento con el que poder afrontar los enormes costes económicos de la pandemia y que España ha reclamado en los foros supranacionales, ha desencadenado una crisis de reputación de la UE, vista por muchos ciudadanos como una institución que camina hacia el bando de los insolidarios en un momento en el que se espera que todo el mundo arrime el hombro.

En tiempos difíciles, la política también exige generosidad, de unos países con otros, pero también de unos partidos con otros. La ciudadanía apoya masivamente el pacto por la reconstrucción, dejando de lado las diferencias para trabajar unidos. Es desde esta óptica que cabe también interpretar algunos de los movimientos de voto que se observan en estas semanas: más apoyos para un Ciudadanos cooperativo y menos para un PP que una parte de la ciudadanía percibe cicatero. En tiempos de coronavirus, la generosidad se premia seguramente tanto como se castiga el egoísmo.

Belén Barreiro es directora de 40dB.