

VINO, TOROS Y ALEGRÍA

“Vino, toros y alegría” es un eslogan procedente de la letra que alguien se inventó hace años para el Chándara intentando la imposible tarea de domesticar nuestro pasodoble más popular. Y es que los mensajes publicitarios se nos han dado bien desde siempre en Peñafiel: primero vino lo del “*barco de piedra navegando en la llanura*”; allá por los años sesenta, ¿se acuerdan los mayores?, poníamos en las lunas traseras de los coches aquellas pegatinas que rezaban “*Peñafiel, cuna de hidalguía, oasis de Castilla*”, ¡casi nada!... Bueno, en realidad, la retórica del terruño se da bien en todas partes, no sólo en Peñafiel. El problema es que estos lemas, tan agradables al oído local, pueden atontar un poco y hacernos olvidar la más o menos dura realidad cotidiana.

“Vino, toros y juerga” (nos hemos permitido cambiar una palabra; no es lo mismo juerga que alegría, ¡dónde va a parar!) podría ser un eslogan muy adecuado para definir la idiosincrasia de nuestras fiestas, pero San Roque nos ocupa una semana cada año y vivir las 51 semanas restantes añorando los días centrales del mes de agosto implica una apatía y un desánimo que no nos podemos permitir.

Quedan sueltos por ahí 358 o 359 días que una colectividad sana y orgullosa de lo suyo debe dedicar a construir una sociedad dinámica, amable, respetuosa y digna para todos sus componentes, sean cuales sean sus costumbres y procedencias. Una sociedad que, por ejemplo, eduque a sus generaciones más jóvenes en la convivencia, exigiéndoles un respeto estricto por lo público y lo privado y ofreciéndoles un futuro digno en igualdad de oportunidades. “Se necesita toda una tribu para educar a un niño”, otro eslogan.

Redactamos estas líneas recién celebradas la Ribera Run Experience, una actividad anual que nos recuerda de qué manera hemos sabido aprovechar la ocasión cuando el vino (sí, el vino del eslogan) nos ha permitido ser emprendedores y de qué manera un sector económico puede ligarse a actividades modernas de dinamización. Pero el vino es un vector de progreso que debe seguir expandiendo sus posibilidades con el fomento de otros sectores como, por ejemplo, el enoturismo. Ahora bien, la afluencia de visitantes en las calles requiere, a su vez y entre otras cosas, el funcionamiento de servicios eficientes de hostelería y la preservación y adecuada presentación de ese casco antiguo “*de atractivo medieval sin igual, cobijado en la colina que lamen el Duero y el Duratón bajo la nave esbelta de un castillo, etc.*”. Un casco antiguo que está, pública y privadamente, un tanto descuidado...

Nuestro desarrollo económico y nuestro atractivo estético requieren también que se acorte el tiempo que empleamos en los traslados, que dejemos de depender de una carretera asfaltada para realizarlos y que podamos convertir en bulvar civilizado una travesía que ahora nos parte el pueblo en dos. Ya se sabe que eso está en manos de instituciones que sobrepasan nuestro ámbito inmediato de actuación, pero no tenemos claro si es hemos sabido reclamar bien ante ellas la atención que requieren nuestras necesidades, aunque no haya faltado el esfuerzo de un grupo de personas promotoras de actos reivindicativos a los que la ciudadanía habría podido responder quizás con algo más de determinación...

Y hemos puesto puntos suspensivos porque no pretendemos hacer una enumeración de los retos a los que Peñafiel, al frente de su comarca, ha de hacer frente. En las páginas de esta revista y en las redes sociales de la Torre del Agua nos hemos ocupado de ellos sobradamente. En este editorial, al enfrentarnos al otoño, únicamente queremos recordar que sólo con eslóganes y frases atractivas no se avanza a lo largo del año; se necesitan esfuerzos, exigencias e implicaciones colectivas para que las juergas que tanto nos gustan sean compatibles con las alegrías que da el progreso del día a día.