

## **HANSEL Y GRETEL.**

Sorprende, por decir algo, que una entidad como Bankia, objeto de un rescate multimillonario que ha vaciado los bolsillos de todos los españoles, y que ha dejado maltrechas las economías de muchos de sus clientes por la comercialización de productos tóxicos, se permita aconsejar sobre la forma de llegar a fin de mes.

Viene esto a cuento de los seis consejos que se atreve a enumerar en su blog de internet. Todos, uno por uno, son de estricta observancia por todo aquel que tiene que hacer números cuando su economía es limitada, y todos son a su vez muy razonables. Pero la obviedad de los mismos puede ofender a una mente mínimamente acostumbrada a lidiar con unas cuentas escasas.

Echamos, no obstante, en falta uno que debía figurar en primer lugar del ranking: “No confiar de ningún modo en ninguna entidad de crédito que te ofrezca sus servicios”.

Desconocemos cual puede ser el interés de Bankia en que las economías de los clientes no sufran un descalabro, pero puestos a ser malpensados, dadas las circunstancias, mucho nos tememos que lo que pretende es volver a engordar sus bolsillos para poder meter de nuevo la mano en ellos. Si a las actuaciones ya enumeradas añadimos el hecho de que, salvo excepciones, van a tener que pagar un alto precio por cualquiera de los servicios que dicen prestar (que cada vez son menos), Bankia podría compararse con la bruja malvada del cuento de los hermanos Grimm.

El interés que pone en que las economías domésticas estén saneadas es comparable al que ponía la bruja en que los deditos de Hansel adquirieran un grosor apetecible cuando pedía que se los mostrara entre los barrotes de su ventana.

Hace ya mucho tiempo que Bankia dejó de ser de fiar, y de eso todos los que trabajamos en ella sufrimos muestras evidentes. Si es capaz de engañar a los que, en teoría, debíamos estar bajo su amparo, ya que es gracias a nosotros que Bankia puede volver a levantar el vuelo, imponiendo condiciones laborales ilegales propias de otra época, que no será capaz de hacer con los sufridos clientes.

La elección de la cita “tropecé de nuevo con la misma piedra” que encabeza el discurso citando a Julio Iglesias es una muestra, primero, de desfachatez, porque confiar en los consejos de quien ya te engañó sí es grave y la frase lo evidencia, y segundo de una mentalidad rancia, trasnochada y de mal gusto.

**Nosotros preferimos el “Come on!” the The Hives. Pura adrenalina y más acorde a los tiempos que corren. El community manager debería reciclarse y ponerse al día.**

**Salud.**